

Tomasz Karwatka

Internet – dlaczego tak niewielu zarabia?


Fot. Bo Hansen

Dbanie o skuteczność rozwiązań internetowych jest szczególnie istotne tam, gdzie przekłada się ona wprost na zyski z działalności. Tak właśnie jest w przypadku sklepów internetowych. Większość osób zaskakuje fakt, że **skuteczność serwisów eCommerce jest obecnie bardzo niska**. Aż 75 proc. potencjalnych klientów porzuca koszyk przed sfinalizowaniem zakupów. Badania Nielsen Norma Group pokazują, że **zwiększenie użyteczności systemu eCommerce pozwala na szybki wzrost sprzedaży o od 100 do 400 proc.** Dzieje się tak, gdyż użytkownicy użytecznych stron częściej znajdują to, czego szukają, nie boją się zamawiać, nie porzucają koszyków i częściej wracają – rekomendując stronę swym znajomym. Użyteczność przekłada się zatem wprost na efektywność i konkretne zyski. W przypadku portali i stron korporacyjnych użyteczność sprawia, że użytkownicy szybciej przekonują się do firmy, częściej odwiedzają jej strony, darzą ją sympatią i zaufaniem. Właściwie tylko użyteczne strony spełniają swoje główne zadanie – w intuicyjny sposób pozwalają na dotarcie do poszukiwanych informacji. Właśnie zwiększanie efektywności przekazu internetowego jest obecnie głównym wyzwaniem stawianym przed projektantami serwisów WWW.

Aż trudno uwierzyć jak niewiele czasem dzieli dobre strony od złych i jak niewiele wysiłku potrzeba by dramatycznie zwiększyć rentowność projektów internetowych.

Strona dla firmy, nie dla użytkowników

Jednym z pierwszych i głównych błędów wielu firm w projektowaniu swych stron, jest opracowanie złego podziału serwisu. Zapomina się o tym, do kogo adresowana jest strona i dzieli się ją na działy odpowiadające wewnętrznej strukturze firmy. Obecnie na wielu stronach, zwłaszcza urzędów, stosuje się nieprzyjazny podział na jednostki i działy. **Ten podział powinien zostać już dawno zastąpiony przewodnikami**, gdzie po wskazaniu problemu uzyskiwaloby się poradę, do kogo trzeba się zwrócić, jakie dokumenty należy przygotować i w jakich godzinach można sprawę załatwić.

Nazwy działów w menu to kolejna sprawa warta zastanowienia. Wcześniej wspomniane trzymanie się konwencji powinno być stosowane także tutaj. Nie każmy użytkownikom domyślać się, co znaczy „Dołącz do nas”, jeśli możemy to samo krótko i jednoznacznie ująć jako „Praca”. Badania nad zachowaniem użytkowników wykazały, że proces surfowania po stronach WWW przypomina bardziej przeglądanie gazety niż czytanie książki. Jeśli nie zastosujemy hierarchicznej struktury informacji, użytkownicy zgubią się w natłoku informacji i nie będą mieli ochoty czytać czegokolwiek. Biorąc pod uwagę coraz większy odsetek dyslektyków oraz coraz większy pośpiech charakteryzujący nasze społeczeństwo konstruujemy krótkie i oszczędne teksty, pisane prostym językiem. Wiele firm przykładu dużo uwagi do tworzenia bajecznej szaty graficznej dla swych stron. Tak naprawdę estetyczna grafika jest jak najbardziej na miejscu, ale nie jest tak ważna, jak mogłoby się wydawać. Wystarczy przeanalizować opinie użytkowników. Bardzo często słyszy się opinie, iż strona długo się ładuje, najczęściej zaś słyszanyymi pochlebstwami są te o szybkości ładowania się serwisu. Użytkownicy piszą, że strona jest przejrzysta, że jest lekka, intuicyjna. Prawie nigdy nie chwalą fantastycznej grafiki, która już po chwili staje się dla nich przezroczysta – nie zwracają na nią większej uwagi, przynajmniej do momentu gdy nie zaczną spowalniać ładowania się stron.

Strona nie dla wszystkich

Internet teoretycznie umożliwia każdemu równorzędnym dostęp do informacji. Wiele projektantów nie przewiduje jednak stworzenia udogodnień dla niepełnosprawnych użyt-

kowników zakładając, że już samo medium przejmie tę rolę za nich. Niestety takie podejście owocuje utratą minimum 10 proc. potencjalnych użytkowników, którzy nie mogą w najbardziej konwencjonalny sposób korzystać z Sieci. Tę grupę tworzą osoby upośledzone, starsze oraz korzystające z niestandardowych metod dostępu do Sieci. Źle zaprojektowana strona będzie sprawiać wiele problemów użytkownikom. Osoby niewidome nie będą w stanie poruszać się po niej za pomocą przeglądarki głosowych, niedowidzący nie wykorzystają opcji powiększania tekstu. Osoby starsze z trudem będą nawigować w płaskiej strukturze, jeśli nie udostępnimy im mapy strony, a użytkownicy o upośledzonych zdolnościach ruchowym mogą napotkać problemy z klikaniem w małe obiekty. Zauważmy, na jak wiele problemów należy zwrócić uwagę, by uniknąć dyskryminowania użytkowników. To ważne zwłaszcza, że dyskryminacji takiej zabrania prawo UE. **Już teraz wszystkie strony administracji publicznej zgodnie z prawem UE powinny spełniać założenia dostępności.** Takie założenia opracowuje organizacja W3C, zajmująca się standaryzowaniem Internetu. Zgodność z założeniami W3C sprawia, że z naszą stroną poradzi sobie syntezator mowy osoby niewidomej ale także, że będzie ją mógł zobaczyć człowiek używający urządzenia PDA czy telefonu komórkowego.

Dużą uwagę zwrócić trzeba na elementy wykonane w technologii Flash. W takim wypadku najlepszym rozwiązaniem jest przygotowanie stron także w wersji klasycznej. Kiedy my tworzyliśmy serwisy o interfejsie opartym na Flash, wykorzystaliśmy możliwości naszego systemu CMS. Dostarcza on treść serwisu w formie kodu XML. Dzięki temu raz wprowadzone dane mogą być wyświetlane na różne sposoby – zarówno w postaci multimedialnej prezentacji Flash jak i jako klasyczna strona WWW. Takie rozwiązanie pozwala szybko przygotować kilka wersji jednej strony, dopasowanych do wymagań odbiorcy. Tworzenie serwisu w technologii XML, zgodnie ze standardami, zapewnia nam też unikalną cechę – zgodność w przód.

Wartościowe serwisy WWW przynoszą swym właścicielom wymierne korzyści. Obniżają koszty działań marketingowych i PR, poszerzają grupę odbiorców, tworzą społeczności oddanych klientów i wspierają budowanie marki.